

SKRIPSI

**ANALISIS KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER*
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI BALI)**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik
Negeri Bali**

OLEH :

ADELIA SAFITRI

NIM : 2015744124

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

SKRIPSI

**ANALISIS KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER*
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI BALI)**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik
Negeri Bali**

OLEH :

ADELIA SAFITRI

NIM : 2015744124

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
Laman: www.bisnis.pnb.ac.id Email: bisnis@pnb.ac.id Telp. (0361) 701981 (hunting) .701128

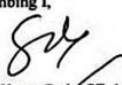
SURAT KETERANGAN PENYELESAIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, dosen pembimbing Skripsi Prodi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali, menerangkan bahwa:

Nama Mahasiswa : Adelia Safitri
Nomor Induk : 2015744124
Prodi/Jurusan : Manajemen Bisnis Internasional/Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Analisa Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bali)

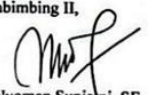
Telah diperiksa ulang dan dinyatakan selesai serta dapat diajukan dalam ujian komprehensif Diploma Empat Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Pembimbing I,


I Gusti Ketut Gede, SE.,MM
NIP.1961120819988111001

Badung, 09 Juni 2024

Pembimbing II,


Ni Nyoman Suplatni, SE.,M.Si
NIP. 196212311990032003

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

**Analisis Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat
Menggunakan Shopee Paylater
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bali)**

Oleh

Adelia Safitri 2025744124

Ketua Penguji

**Ni Nyoman Supiatni, SE., M.Si
NIP. 196212311990032003**

Penguji I

**Ni Nyoman Teristiyani Winaya, SE.,MM
NIP. 196110301987032001**

Penguji II

**I Putu Yoga Laksana, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198809092019031013**

**Mengetahui
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph
NIP. 196409291990032003**

**Badung
Prodi Manajemen Bisnis Internasional**

**Ketut Vini Elfarosa, SE.,MM
NIP. 197612032008122001**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

(Q.S Al Baqarah: 286)

“Perang telah usai Aku bisa pulang
Ku baringkan panah dan berteriak MENANG!”

(NADIN AMIZAH)

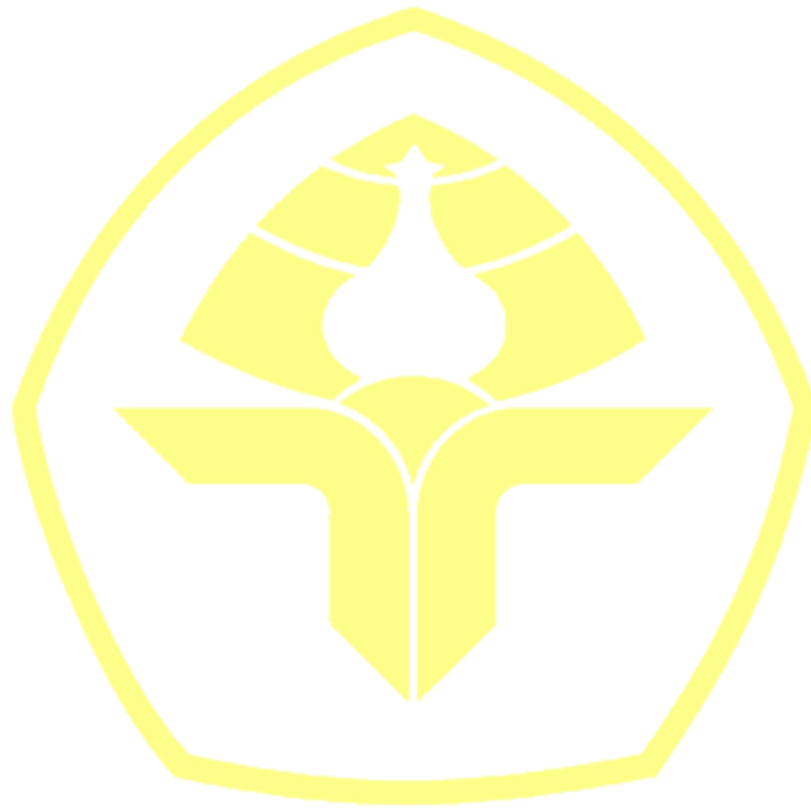
“Hidup bukan saling mendahului
Bermimpilah sendiri-sendiri”

(HINDIA)

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat dan karunianya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu, karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Kepada Keluarga penulis, untuk bapak Alm. A gani terimakasih atas didikannya, untuk mama yang selalu mendukung penulis dan untuk bibi masnah yang selalu memberikan dukungan moral, materi penulis persembahkan ini. Dan terimakasih telah mempercayai penulis untuk menuntut ilmu di Bali walaupun diiringi dengan beribu rapalan doa untuk keselamatan penulis.
2. Teman-teman terdekat yang selalu memberikan dukungan serta selalu ada untuk membantu menyelesaikan skripsi ini

3. Almamater kebanggaan Politeknik Negeri Bali.
4. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan secara menyeluruh yang telah membentuk serta memberikan dorongan sehingga terselesaikannya skripsi ini



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

HALAMAN PERNYATAAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
Laman: www.bisnis.pnb.ac.id Email: bisnis@pnb.ac.id. Telp. (0361) 701981 (hunting) ,701128

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelia Safitri
NIM : 2015744124
Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional/ Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Skripsi saya dengan judul: **Analisis Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bali)**

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 13 Agustus 2024
Yang menyatakan,



Adelia Safitri
NIM. 2015744124

ABSTRAK

ANALISIS KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER* (STUDI KASUS PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI BALI)

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali

Pada era digital saat ini, teknologi telah mengalami kemajuan pesat, memungkinkan masyarakat untuk menggunakan ponsel untuk berbagai keperluan dengan mudah, cepat, dan instan. E-commerce menjadi salah satu layanan yang berkembang pesat di Indonesia, dengan Shopee sebagai platform terkemuka. Fitur Shopee PayLater (SPayLater) memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian dengan pembayaran di kemudian hari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat mahasiswa Politeknik Negeri Bali dalam menggunakan SPayLater. Berdasarkan survei yang dilakukan, SPayLater sangat populer di kalangan mahasiswa karena kemudahan dan berbagai promosi yang ditawarkan. Namun, persepsi risiko seperti ketakutan terhadap data pribadi dan risiko finansial juga mempengaruhi keputusan penggunaan. Jenis penelitian ini Kuantitatif. Dengan data yang didapat melalui kuesioner yang diisi oleh 100 responden yang memenuhi kriteria, Metode yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Spaylater. Tingginya tingkat kemudahan penggunaan meningkatkan minat konsumen, sedangkan persepsi risiko tidak mengurangi minat mereka. Kedua variabel ini secara simultan mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan Spaylater. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perusahaan dan pengguna.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko, Minat menggunakan Spaylater.

ABSTRACT

In today's digital era, technology has advanced rapidly, enabling people to use their phones for various purposes easily, quickly, and instantly. E-commerce has grown rapidly in Indonesia, with Shopee being a leading platform. Shopee PayLater (SPayLater) allows users to make purchases with payment deferred to a later date. This study aims to analyze the factors of user-friendliness and risk perception influencing the interest of Bali State Polytechnic students in using SPayLater. Based on a survey conducted, SPayLater is very popular among students due to its convenience and various promotions offered. However, risk perceptions such as concerns about personal data and financial risks also influence user decisions. This research is quantitative, using data collected from 100 respondents who met the criteria through questionnaires. The method employed is multiple linear regression analysis using SPSS. The results show that user-friendliness and risk perception have a positive and significant impact on the interest in using SPayLater. High user-friendliness increases consumer interest, while risk perception does not reduce it. Both variables simultaneously influence consumer interest in using SPayLater. This study is expected to contribute to both companies and users.

Keywords: *User-friendliness, Risk Perception, Interest in using Spaylater.*

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

PRAKARTA

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang dilimpahkan-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyusun Skripsi yang berjudul “Analisi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bali)” dengan baik.

Skripsi ini merupakan sarana bagi mahasiswa untuk menyalurkan minat dan pengetahuan mereka dalam melakukan penelitian, yang merupakan langkah dalam memenuhi persyaratan guna menyelesaikan program Pendidikan Terapan D4 Manajemen Bisnis Internasional di Politeknik Negeri Bali.

Penulis menyadari bahwa telah diselesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, motivasi, bimbingan dan doa dari semua pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak tersebut, diantaranya sebagai berikut:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang memberikan fasilitas serta kesempatan pada penulis untuk melaksanakan perkuliahan di kampus Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA,Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali, yang telah memberikan pengarahan selama menuntut ilmu di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE.,MM selaku Ketua Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional yang telah memberikan pengarahan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini;
4. Bapak I Gusti Ketut Gede, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa membimbing, memotivasi, serta mendukung penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Ibu Ni Nyoman Supiatni, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing II

yang senantiasa membimbing, memotivasi, serta mendukung penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.

6. Seluruh dosen dan staff pegawai Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta inspirasi kepada penulis.
7. Terimakasih kepada Alm. A gani selaku Bapak Penulis terimakasih atas semua rasa cinta dan kasih sayangnya, Penulis ucapkan beribu terimakasih walapun tidak sempat tercap tapi mungkin dari atas sana bapak bisa membaca ini TERIMA KSIH.
8. Terimakasih kepada ibu Safrina selaku ibu dari penulis terimakasih atas semua dukungan dan doanya sehingga semua proses yang dilalui terasa ringan dan mudah terimakasih atas semua hal yang telah diberikan kepada penulis yang walaupun tidak akan bisa membayar semuanya tapi terimakasih telah membrikan semua yang tebaik bagi penulis.
9. Terimakasih kepada ibu Masnah selalu ibu kedua bagi penulis. Terimakasih telah memberikan semua hal terbaik bagi Penulis, yang tidak pernah mengucapkan kata tidak, terimakasih atas semua dukungan dan rasa percaya yang tiada tara, terimakasih telah menguayakan smeua hal yang terbaik di dunia ini, yang selalu mendahulukan penilis di antara semua hal di dunia ini, rasa sayang yang tiada tanding, terimakasih atas rasa percaya yang tiada henti, terimakasih atas semua rapalan doa yang telah berikan, dengan doa yang slealu beringan dengan jalan penulis.
10. Terimakasih kepada Nurul Aulia Safitri selaku kakak dari penulis terimakasih atas semua bantunaya berkanya penulis bisa menyelesaikan semua tugas ini.
11. Terimakasih kepada Anisa Rizky Dewati selaku sahabat penulis yang selalu mebrikan dukungan yang selalu mrmbatu penulis dalam menyelesaikan ini, terimakasih telah mejadi sodara tak sedarah Penulis di Bali ini.

12. Terimakasih kepada Nadita Surya Maharani selaku sahabat penulis yang selalu mebrikan dukungan yang selalu mrrmbatu penulis dalam menyelesaikan ini, terimakasih telah mejadi sodara tak sedarah Penulis di Bali ini.
13. Terimakasih kepada semua teman-teman dan semua pihak yang telah memdukung penulis dan menyelsaikan tugas akhir ini.
14. Terimakasih kepada diri sendiri, Adelia Safitri yang telah berhasil menyelesaikan semua tugas akhir dan yang selalu merasa kecil ternyata bisa bersinar dengan caranya sendiri.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
PRAKARTA	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Telaah Teori	14
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Teoritis.....	31
2.4 Hipotesis.....	33
BAB III METODELOGI PENELITIAN	34
3.1 Tempat Penelitian.....	34
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.3 Variabel Penelitian	37

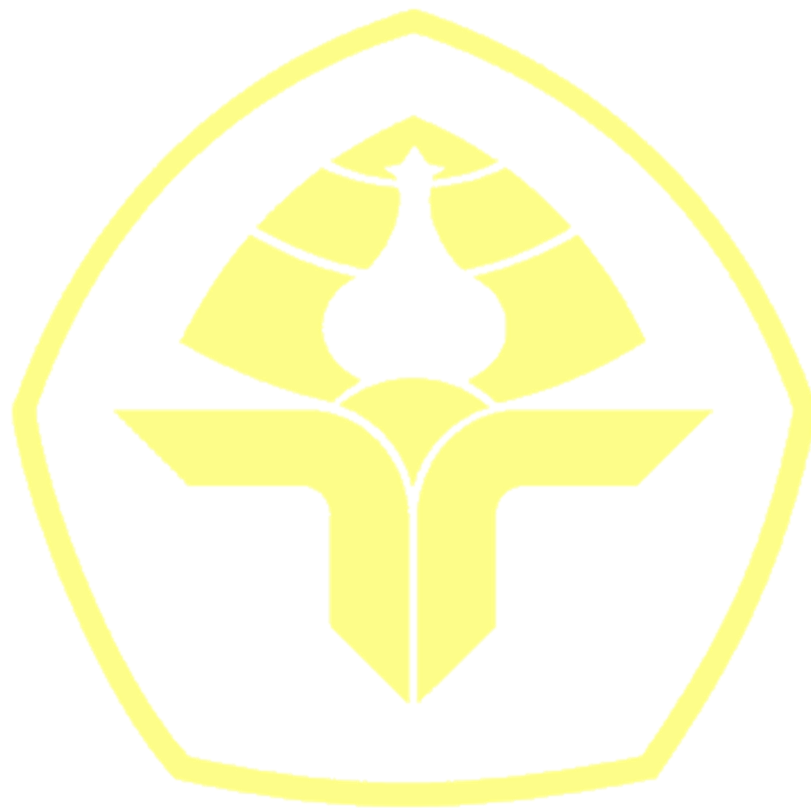
3.4	Jenis Data	39
3.5	Sumber Data.....	39
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.7	Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Karakteristik Responden	49
4.2	Hasil Analisis Data.....	50
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	59
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda	65
4.5	Uji Korelasi	67
4.6	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.7	Uji Hipotesis.....	70
4.8	Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP.....		77
5.1	Simpulan	77
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		83

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1Tabel Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Jumlah Sampel	36
Tabel 3. 2 Tabel Skala Pengukuran	37
Tabel 3. 3Tabel Variabel Penelitian	39
Tabel 3. 4 Tabel Interval Penelitian	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jurusan.....	49
Tabel 4. 2Kriteria Pengukuran Deskripsi Variabel Penelitian	51
Tabel 4. 3Tanggapan Responden terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan	52
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Resiko	53
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Menggunakan	55
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas melalui Uji Glejser	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas.....	65
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Korelasi	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Korelasi	68

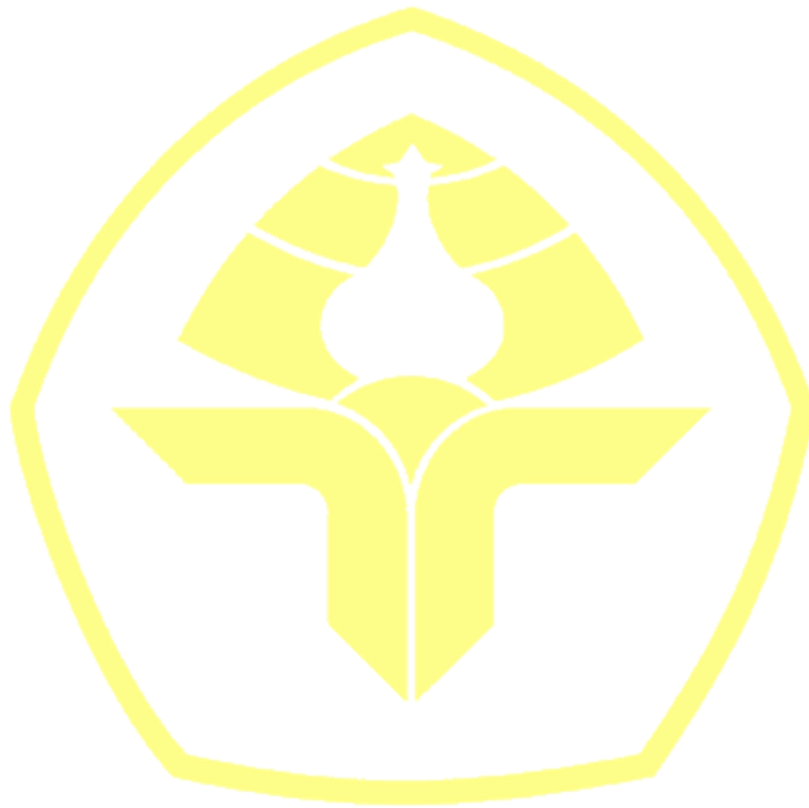
Tabel 4. 15 Hasil Uji R2.....	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	70
Tabel 4. 17 Uji Simultan F.....	72



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

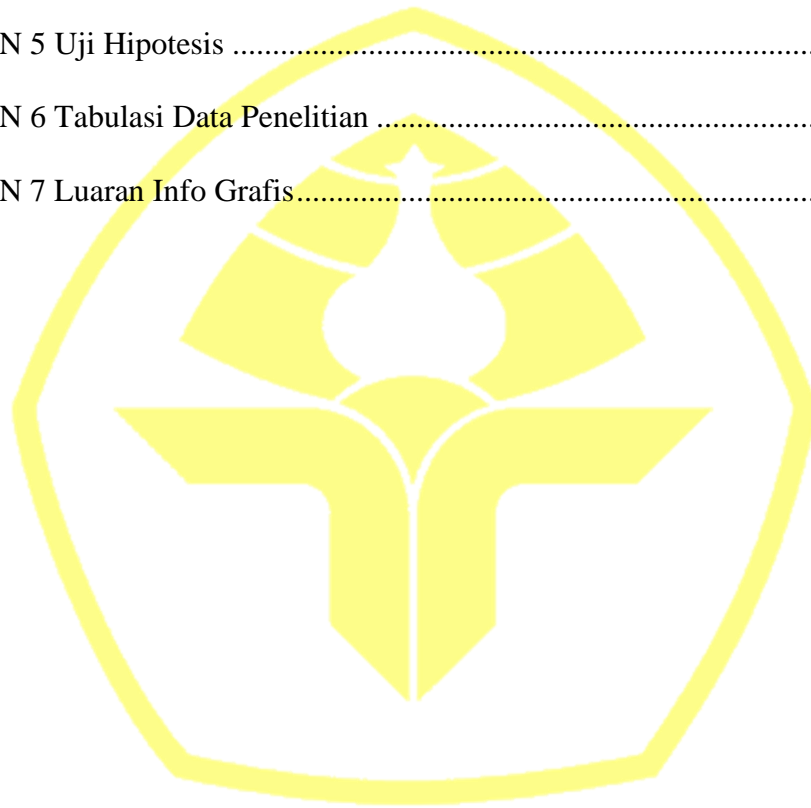
Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan E-Commerce di Indonesia Pada Tahun 2023	2
Gambar 1. 2 Aplikasi PayLater dengan pengguna terbanyak tahun 2023	4
Gambar 2.1 Kerangka konsep.....	33
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot.....	63



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Uji Statistik Deskriptif	83
LAMPIRAN 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	100
LAMPIRAN 3 Hasil Uji Asumsi Klasik	104
LAMPIRAN 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	106
LAMPIRAN 5 Uji Hipotesis	107
LAMPIRAN 6 Tabulasi Data Penelitian	109
LAMPIRAN 7 Luaran Info Grafis.....	114



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

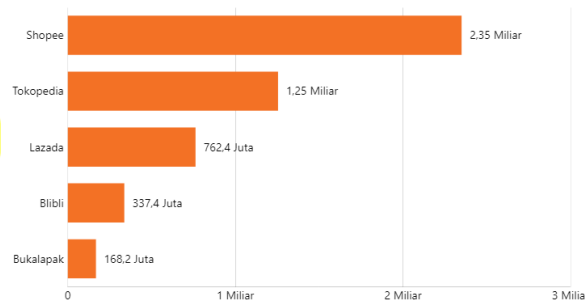
1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa era digitalisasi dan teknologi sudah berkembang dengan laju yang sangat cepat. Kita bisa menggunakan ponsel untuk membantu segala keperluan kita dengan cara yang lebih sederhana, cepat, dan instan (Firdaus, 2020). Sebagai contoh, kita dapat melakukan pembayaran, jasa ojek *online*, pembelian makanan, penelusuran lokasi, serta belanja untuk memenuhi keperluan harian melalui aplikasi digital. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terdapat sekitar 215,63 juta orang yang sudah menggunakan internet dalam kurun waktu 1 tahun dimulai dari 2022 hingga 2023. Hal ini menunjukkan peningkatan sebanyak 2,67% dibandingkan dengan survei sebelumnya yang memiliki jumlah pengguna sebanyak 210,03 juta orang. Hal ini juga yang menjadikan banyaknya pengguna *e-commerce*.

E-Commerce merupakan suatu wadah yang membantu proses jual beli dan transaksi untuk produk, jasa, maupun informasi yang memerlukan jaringan internet (David & Turban, 2017). Dalam beberapa tahun terakhir, *e-commerce* telah mengalami perkembangan yang signifikan di Indonesia. Menurut laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), nilai bisnis *e-commerce* di Indonesia tumbuh sekitar 33% di tahun 2020, dimulai dari Rp 253 triliun hingga Rp 337 triliun.

Indonesia dapat dikatakan sebagai suatu negara yang sangat aktif dalam jual beli produk melalui *e-commerce*. Hal ini terlihat dari beragamnya platform *e-commerce*

yang sudah ada di Indonesia, seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, dan TikTok Shop. Semua platform tersebut mudah ditemukan dan memudahkan pembeli mencari atau membeli produk sesuai kategori yang diinginkan. Salah satu aplikasi yang terkenal dan banyak digunakan saat ini adalah Shopee. Grafik berikut menunjukkan data terkait dengan jumlah orang yang telah menggunakan *e-commerce* pada tahun 2023 di Indonesia.



Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan E-Commerce di Indonesia Pada Tahun 2023

Sumber : databoks, 2023

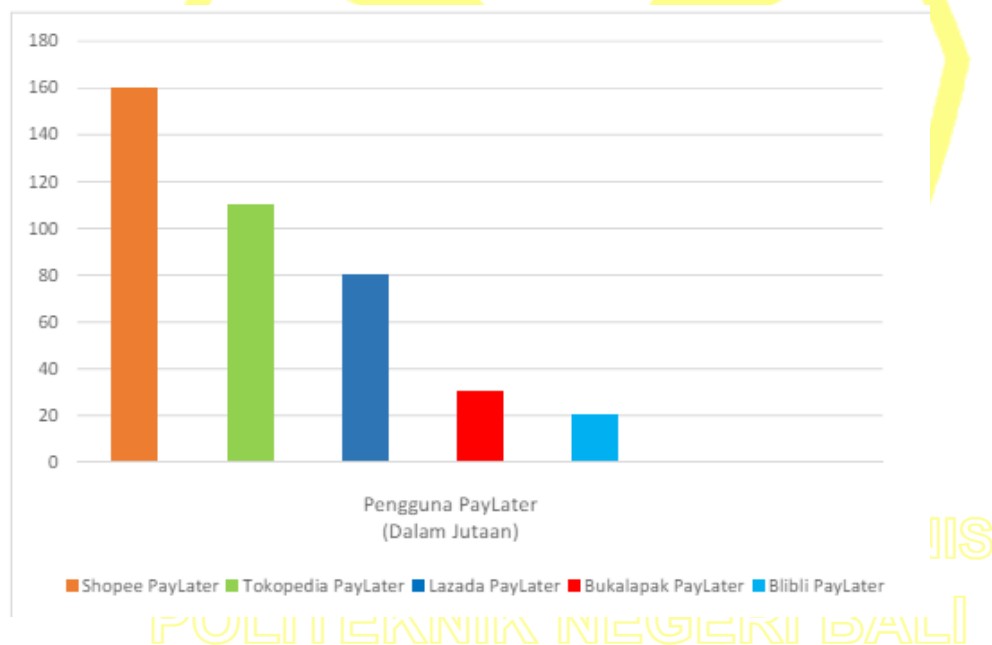
Dari grafik yang telah disajikan, kita dapat melihat bahwa aplikasi Shopee menduduki berada pada posisi pertama dengan jumlah pengunjung paling banyak di Indonesia. Shopee telah mencapai angka tertinggi sebanyak 2,25 miliar yang bahkan mengalahkan e-commerce asal Indonesia yaitu Tokopedia dengan jumlah kunjungan 1,25 miliar. Shopee merupakan salah satu aplikasi *e-commerce* yang beroperasi di bawah pengawasan dan pengelolaan Sea Limited, sebuah perusahaan yang dibangun oleh Forrest Li asal Singapura. Shopee menawarkan berbagai fitur menarik, seperti

flash sale, kupon gratis ongkos kirim, serta beragam model transaksi, termasuk transaksi tunai atau *Cash On Delivery* (COD), dompet digital atau e-wallet, transfer bank, dan *pay later*. Fokus dalam penelitian ini adalah *pay laer*. Fitur *pay later* memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan transaksi jual belinya di kemudian hari tanpa perlu menggunakan kartu kredit, baik melalui sekali bayar maupun cicilan (Canestren & Saputri, 2021). Layanan paylater di Shopee dikenal sebagai Shopee PayLater (SPayLater). Shopee PayLater merupakan model transaksi yang baru saja dirilis oleh Shopee dan diiklankan secara luas pada 2019 silam. Untuk menyediakan layanan ini, Shopee melakukan suatu bentuk kolaborasi bersama Fintech P2P (*Peer-toPeer*) Lending yang dikenal dengan PT Lentera Dana Nusantara.

Shopee PayLater ialah bentuk dari sistem *Peer to Peer Lending* dan telah menjadi suatu tempat yang mewadahi pertemuan pemberi pinjaman dengan peminjam melalui internet. Shopee PayLater memiliki mekanisme yang hampir sama dengan pemakaian kartu kredit sesuai dengan *tagline* yang dimilikinya “Beli Sekarang, Bayar Nanti!”. Dengan adanya fitur ini, konsumen dapat membeli kebutuhan dengan metode pembayaran, baik melalui pembayaran satu kali maupun dengan mencicil. Selain menggunakan kartu kredit, debit, atau transfer digital, metode ini menawarkan pilihan baru dalam pembayaran digital. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat, PayLater kini menjadi salah satu metode pembayaran yang diminati, terutama oleh mereka yang memiliki dana yang terbatas (Winaldi, 2021). Keunggulan PayLater terletak pada kemudahannya dalam penggunaan dan kemampuannya menjadikan

pilihan lain untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak, ditambah dengan promo yang ditawarkan sangat menarik seperti bebas biaya penanganan dan lainnya.

Dengan Shopee PayLater, pengguna dapat memperoleh pinjaman secara cepat. Persentase bunga yang ditawarkan pun tergolong kecil. Terkait dengan transaksi, pengguna diperbolehkan mengangsur dengan berbagai opsi yang disediakan oleh pihak Shopee. Opsi tersebut menentukan jangka waktu pembayaran, dimulai dari 1, 3, 6, bahkan satu tahun (Pricebook.co.id., 2024). Selain itu, jumlah transaksi tidak dibatasi oleh jumlah minimum. Apabila pengguna membayar tagihan tepat waktu sesuai dengan jatah tempo yang diberikan oleh aplikasi, maka mereka dapat melakukan finalisasi belanja (*check-out*) (Shopee, 2022).



Gambar 1.2 Aplikasi PayLater dengan pengguna terbanyak tahun 2023

Sumber: databoks, 2023

Jika ditinjau dari grafik yang disajikan di atas, kuartal 1 (Q1) menunjukkan bahwa Shopee PayLater telah menjadi fitur pinjaman digital yang paling sering digunakan oleh pengguna dari Indonesia. Bahkan, angka penggunanya telah mencapai sekitar 160 juta. Di Indonesia, bukan hanya aplikasi Shopee yang menawarkan fitur ini. Pada posisi kedua, Tokopedia juga meraih angka pengguna yang cukup tinggi, yaitu sekitar 110 juta. Pada posisi ketiga, Lazada telah meraih pengguna sekitar 80 juta. Pada posisi keempat, Bukalapak sudah mencapai sekitar 30 juta pengguna. Terakhir, pada posisi kelima, Blibli juga memiliki sekitar 30 juta pengguna (Databoks, 2023). Selain itu, Shopee telah menjadi e-commerce yang paling banyak dikunjungi pada tahun 2023.

Saat ini, meningkatnya keperluan serta keinginan mahasiswa yang sering kali lebih mengutamakan gaya hidup daripada kebutuhan dasar telah menjadi satu fenomena yang tidak jarang terjadi. Hal ini dipengaruhi oleh tren pakaian yang terus diperbarui setiap hari di era digital, sehingga memotivasi mereka agar tetap mengikuti tren. Akibatnya, banyak dari mereka yang mengalami masalah finansial di akhir bulan. Kehadiran fitur pinjaman digital ini jelas menjadi solusi yang dapat memberikan kemudahan bagi mereka, terutama dalam mengatasi masalah finansial. Hal ini memungkinkan mereka untuk terus memenuhi keinginan dan memilih untuk melakukan pembelian. Menurut penelitian yang dilaksanakan oleh Nofriyandri (2021), Shopee PayLater sangat populer di kalangan mahasiswa. Terdapat banyak alasan yang memotivasi hal ini.

Faktor yang memotivasi konsumen untuk menggunakan suatu layanan adalah kemudahan penggunaan. Jika dimaknai lebih lanjut, kemudahan penggunaan merupakan tolak ukur terkait dengan sejauh mana seseorang percaya dan yakin bahwa teknologi tersebut mudah dipahami dan digunakan. Kemudahan ini mencakup aspek mudah dipelajari, dipahami, serta sederhana dan praktis dalam penggunaannya. Kemudahan yang dialami mereka telah membuktikan bahwa fitur ini memang dibuat untuk mempermudah serta memfasilitasi mereka. Dalam artian lain, mereka yang menjadi pengguna fitur ini dapat merasakan efisiensi belanja yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan mereka yang belum menjadi pengguna. Bantuan fitur digital ini telah mempermudah aktivitas jual beli secara *online* meskipun tanpa harus bertemu secara langsung dengan waktu dan ruang terbatas. Transaksi tetap dapat dilakukan dengan mudah, baik dalam komunikasi maupun penawaran jarak jauh.

Menurut Chin dan Todd, kemudahan adalah sejauh mana teknologi komputer dipandang sebagai sesuatu yang tergolong mudah dimengerti serta diaplikasikan (Canestren & Saputri, 2021). Kemudahan penggunaan juga menjadi faktor penting yang dipertimbangkan oleh konsumen saat mengambil keputusan pembelian. Dengan demikian, kemudahan dapat diartikan sebagai bagaimana informasi dapat dengan cepat diakses melalui bantuan teknologi serta dimengerti dengan mudah oleh berbagai lapisan masyarakat. Jika kemudahan dalam penggunaan platform terjamin, maka semakin tinggi ketertarikan peminat untuk memanfaatkannya. Shopee PayLater menyediakan layanan yang sangat mudah dimanfaatkan, dengan persyaratan yang

sederhana, yaitu memiliki akun Shopee yang telah terverifikasi minimal selama 3 bulan, memiliki E-KTP, melakukan verifikasi wajah, serta mengisi detail pekerjaan dan penghasilan. Setelah itu, konsumen dapat langsung mengajukan limit kredit di Shopee PayLater. Menurut hasil penelitian dari DataBoks yang dilakukan Annur (2022), Shopee PayLater menempati peringkat pertama dengan jumlah pengguna terbanyak di antara layanan PayLater lainnya, yaitu mencapai 78,4%. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian-penelitian lain yang dilaksanakan oleh Nurdin, Azizah, & Rusli (2020), Dhanty, Cahyati, & Alexandra (2022), dan Saputra & Susanti (2022), yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan metode pembayaran Shopee PayLater. Namun, hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosiwan & Lasmanah (2022) serta Mulyadi, Eka, & Nailis (2018), yang menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain itu, persepsi risiko juga berpotensi memberikan dampak pada ketertarikan konsumen ketika memakai suatu barang atau jasa. Persepsi risiko ini merujuk pada kekhawatiran merka terhadap hal-hal yang sulit diperkirakan di awal dan bisa terjadi pada mereka kapan saja (Nursani dkk., 2018). Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk memperhatikan hal ini karena risiko yang mungkin dialami belum dapat dipastikan di masa depan. Penelitian Winaldy dan Afifah (2021) memperkuat bahwa persepsi resiko memberikan dampak baik dan jelas pada ketertarikan dalam penggunaan jasa atau layanan.

Dari sekian banyak faktor, satu kekhawatiran pengguna Shopee PayLater adalah potensi gagal bayar, yang dapat mengakibatkan penagihan langsung oleh Shopee. Tidak hanya itu, pengguna pun bisa terkena dampak dari Sistem Layanan Informasi dan Keuangan (SLIK) OJK. Jika catatan SLIK OJK buruk, pengguna dapat mengalami kesulitan dalam mengajukan pinjaman di bank atau perusahaan finansial yang lain. Bahkan, mereka bisa saja dilarang meminjam lagi apabila utangnya belum diselesaikan. Selain itu, banyak pengguna yang belum sepenuhnya menyadari risiko lain seperti penyalahgunaan data yang dapat timbul dari penggunaan PayLater.

Periode pembayaran untuk Shopee PayLater bervariasi, mulai dari 1 hingga 6 bulan. Hal ini memungkinkan konsumen untuk memilih jangka waktu yang sesuai dengan kemampuan mereka membayar tagihan. Dengan adanya jangka waktu yang ditetapkan, konsumen diharapkan dapat menyelesaikan pembayaran tepat waktu. Jika konsumen gagal membayar sesuai jadwal, mereka akan mengalami pembatasan pada fungsi aplikasi, yang berarti fitur PayLater tidak bisa digunakan. Risiko waktu ini, yang mencakup kekhawatiran tentang kehilangan waktu atau pemborosan akibat penggunaan produk atau jasa, seperti dijelaskan oleh Schiffman dan Kanuk dalam Winaldi (2021), dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan pembayaran Shopee PayLater. Hal ini sesuai dengan temuan Winaldi (2021) yang menunjukkan bahwa risiko ini memberikan pengaruh pada keputusan untuk menggunakan Shopee PayLater.

Bunga untuk pinjaman melalui Shopee PayLater adalah 2,95%. Meskipun bunga ini tergolong rendah, jika pembayaran terlambat, maka biaya tambahan sebesar 5% akan ditarik dari total tagihan. Hal ini menambah dampak finansial yang harus dihadapi oleh para pengguna Shopee PayLater. Dampak finansial ini terjadi saat keputusan pembelian berdampak buruk pada kondisi keuangan konsumen, seperti yang diuraikan oleh Wulandari dalam Winaldi (2021). Risiko ini dapat memengaruhi keputusan pembelian, sebagaimana diungkapkan oleh penelitian Canestren & Saputri (2021) yang menunjukkan bahwa risiko ini memberikan pengaruh pada para calon pelanggan yang ingin berbelanja menggunakan Shopee PayLater. Namun, penelitian oleh Purnamasari, Sasana, & Novitaningtyas (2021) menunjukkan bahwa risiko tidak memengaruhi keputusan transaksi melalui fitur Shopee PayLater.

Untuk akun Shopee yang sudah secara resmi diverifikasi selama tiga bulan dan memiliki E-KTP, syarat untuk mengajukan Shopee PayLater juga mencakup penyertaan alamat dan kontak darurat mereka. Hal ini bertujuan agar jika terjadi keterlambatan pembayaran dan konsumen tiba-tiba sulit dihubungi, Shopee PayLater dapat mencari informasi kepada keluarga atau kerabat terdekat. Kebijakan ini berhubungan dengan risiko sosial yang menurut Schiffman dan Kanuk berkaitan erat dengan rasa khawatir konsumen pada pandangan orang lain terkait pembelian barang atau layanan yang sudah ia lakukan (Winaldi, 2021). Risiko sosial yang mungkin timbul adalah rasa malu jika tidak dapat membayar tagihan setelah jatuh tempo. Temuan ini memperkuat penelitian Canestren & Saputri (2021), yang menunjukkan

bahwa risiko berpengaruh pada keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater. Dalam wawancara dengan 10 mahasiswa Politeknik Negeri Bali, 8 di antaranya pernah menggunakan layanan Shopee PayLater. Alasan mereka menggunakan layanan ini antara lain untuk mendapatkan promo seperti potongan ongkir dan harga, serta kemudahan bertransaksi ketika belum memiliki dana di awal. Mereka merasa aman menggunakan PayLater karena diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan dan mudah digunakan. Sementara itu, 2 mahasiswa lainnya belum berani menggunakan Shopee PayLater karena takut terkait keamanan data dan belum sepenuhnya memahami cara kerja layanan tersebut.

Setelah mempertimbangkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka peneliti memilih objek penelitian mahasiswa dari Politeknik Negeri Bali. Peneliti juga sangat termotivasi untuk menggali tentang kemudahan dan persepsi risiko yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan suatu layanan dalam konteks *spaylater*. Sehingga, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Analisi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bali)” .

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana dampak kemudahan penggunaan *shopee paylater* secara parsial terhadap minat menggunakan *shopee paylater*?

2. Bagaimana dampak persepsi risiko secara parsial terhadap minat menggunakan *shopee paylater*?
3. Bagaimana dampak kemudahan penggunaan dan persepsi risiko secara simultan terhadap minat menggunakan *shopee paylater*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dampak kemudahan penggunaan *shopee paylater* secara parsial terhadap minat menggunakan *shopee paylater*
2. Untuk mengetahui dampak persepsi risiko secara parsial terhadap minat menggunakan *shopee paylater*
3. Untuk mengetahui dampak kemudahan penggunaan dan persepsi risiko secara simultan terhadap minat penggunaan *shopee paylater*

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Dengan meninjau latar belakang yang sudah dibahas sebelumnya, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kontribusi hasil penelitian sebagai berikut.

1. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan tambahan pengetahuan dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen, serta menjadi referensi yang berguna bagi mahasiswa yang tertarik untuk melakukan penelitian di area tersebut..

2. Kontribusi Teoritis

Bagi peneliti, penelitian ini dapat memfasilitasi penerapan dan pemahaman ilmu yang telah diperoleh selama studi serta memberikan dasar untuk penelitian di masa depan. Untuk pihak Shopee, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber evaluasi untuk meningkatkan dan mengembangkan *market place* serta layanan yang ada, sehingga diharapkan dapat menghadirkan inovasi yang lebih baik serta meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan konsumen di masa mendatang.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1: PENDAHULUAN

Bagian ini membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang diaplikasikan dalam tulisan ini.

BAB 2: KAJIAN PUSTAKA

Bagian ini akan berbicara terkait dengan landasan teori yang relevan dengan penelitian, termasuk teori-teori yang melandasi bagian pembahasan, tinjauan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan, kerangka konseptual, serta hipotesis yang nantinya diuji.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bagian ini memaparkan secara rinci terkait dengan metode yang diaplikasikan selama melakukan penelitian, termasuk jenis penelitian, tempat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, analisis data, serta keabsahan data.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dan membahas temuan-temuan tersebut. Di sini, penulis memberikan gambaran umum tentang lokasi penelitian serta analisis terhadap data yang telah dikumpulkan.

BAB 5: PENUTUP

Bagian ini menyimpulkan hasil analisis dan pembahasan dari bagian sebelumnya. Selain itu, saran dan rekomendasi juga diberikan demi membuahkan suatu manfaat bagi perusahaan atau lembaga terkait.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan pembahasan hasil penelitian yang sudah dipaparkan pada pembahasan-pembahasan sebelumnya, maka berikut merupakan kesimpulan yang dapat diambil.

1. Secara statistik variabel kemudahan penggunaan terbukti secara parsial memiliki dampak positif dan jelas pada ketertarikan pengguna. Temuan pada penelitian ini mengisyaratkan bahwa tinggi tingkat kemudahan dalam menggunakan aplikasi Spaylater akan mampu meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut.
2. Secara statistik variabel persepsi risiko terbukti secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Hasil pada penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi risiko yang dirasakan dalam penggunaan aplikasi Spaylater akan mampu meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut.
3. Secara statistik variabel kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terbukti memberikan dampak positif dan jelas secara simultan terhadap ketertarikan pengguna Shopee PayLater. Temuan pada penelitian ini memberikan makna bahwa minat menggunakan aplikasi Spaylater sangat

dipengaruhi oleh tingkat kemudahan dalam menggunakan aplikasi dan dipengaruhi pula oleh tingkat risiko ketika bertransaksi melalui aplikasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan diatas, adapun beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pihak manajemen *Shopee* diharapkan untuk selalu berupaya dalam meningkatkan kemudahan fitur-fitur pada metode pembayaran *Shopee Paylater* guna mampu meningkatkan keinginan pengguna dalam memanfaatkan platform *Shopee*. Terlebih lagi, penting untuk menyederhanakan fitur-fitur layanan pada platform *Shopee* sehingga mampu memberikan kemudahan pada pengguna di tiap kalangan usia.
2. Penting bagi pihak manajemen *Shopee* untuk meminimalisir resiko yang ada pada metode pembayaran *Shopee Paylater* misalnya dengan meningkatkan keamanan data pribadi tiap pengguna dan mampu memberikan kepercayaan bagi pengguna bahwa *Shopee Paylater* aman digunakan untuk bertransaksi.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat melakukan penelitian serta pengkajian lebih jauh terkait dengan faktor penyebab yang belum dibahas dalam penelitian ini. Faktor tersebut mencakup kepercayaan, kepuasan, serta kualitas informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- 9 Aplikasi Paylater Yang Resmi Di Indonesia, Cara Daftar Dan Kelebihannya | Pricebook.(2023).
- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech. *Forum Ekonomi : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, Vol. 24 No. 2
- Ahdiat, A. (2023). Pengunjung Shopee Dan Blibli Naik Pada Kuartal Ii 2023, Ecommerce Lain Turun. *Databoks*.
- Annur, C. M. (2022, 01 12). Shopee Paylater, Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan Pada 2021.
- Apjii. (2023). Survei Internet Apjii 2023. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. *Survei.Apjii.Or.Id*
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *Eproceedings Of Management. Universitas Telkom Bandung*, Vol.8 No.3.
- Catharina Octaviani Wulandari. 2017. Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta).
- Cindy, V. D., Nurshinta, & Usman, O. (2024). Analysis Of Factors Affecting Generation Z's Intention In Using Shopee Paylater.
- Dary, R. W., & Pudjihardjo, M. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Spaylater. *Islamic Economics And Finance In Focus*, 1(3), 252-263.
- David Kj, Turban; T, L. D. T. (2012). *Electronic Commerce(7th Ed.)*. United States : Person.
- Dhanty, W. R., Cahyati, A. V., & Alexandra, E. T. (2022, Juli). Analisis Pengaruh Kemudahan Paylater Pada Aplikasi Shopee Dan Promo Diskon Produk Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4, 1-13.
- Fajrin, R. I. (2018). Balance Scorecard Dalam Analisis Manajemen Pendidikan Di Mi Darul Hikmah Bantarsoka Purwokerto. *Jurnal El-Hamra: Kependidikan Dan Kemasyarakatan*, 3(3), 11-16.
- Firdaus, M. (2020). "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kemanfaatan Dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Shopee Online Shope" (Studi Pada Mahasiswa Feb Unisma).

- Hartono, J. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman*. Bpfe: Yogyakarta.
- Hendara, H. & Amirudin, M. A., (2019). “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada.Co.Id” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Pelita Indonesia) *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis* Vol. 4, No. 2
- Indrianawati, E., & Soesatyo, Y. (2017). Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. 3, 214–226
- Istiarni, 2014. “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Sebagai Variabel Intervening” Universitas Diponegoro. Semarang
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.
- Kademaunga, C. K., & Phiri, J. (2019). Factors Affecting Successful Implementation Of Electronic Procurement In Government Institutions Based On The Technology Acceptance Model. *Open Journal Of Business And Management*, 7, 1705–1714. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2019.74118>
- Kotler, P. Dan K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1). Erlangga, Jakarta.
- Marchelina, Dwi Dan Raisa Pratiwi. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang). *Mdp Business School*. 2018; 1-17
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada. *Jurnal Manajemen*, 87-94.
- Nalendra, A. R. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Im3 Madiun). *Jitk (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 3(2), 281-288.
- Nofriyandri, N. (2021). *Motif Penggunaan Shopee Paylater Di Kalangan Mahasiswa Universitas Andalas* (Doctoral Dissertation, Universitas Andalas).
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palu. In *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah*. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2).
- Nursani, Arifin, R., & Hufron, M. (2018). “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap

- Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee” (Studi Pada Mahasiswa Unisma). Jurnal Ekonomi Bisnis, 102–115.*
- Park, J., Amendah, E., Lee, Y., & Hyun, H. (2019). M-Payment Service: Interplay Of Perceived Risk, Benefit, And Trust In Service Adoption. *Human Factors And Ergonomics In Manufacturing & Service Industries, 29(1)*, 31-43.
- Prayusi, A. D., & Ingriyani, L. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater. In *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen Pnj* (Vol. 4, No. 1).
- Purnamasari, R. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Percieved Ease Of Use, Percieved Usefulness, Percieved Risk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Jurnal Manajemen, 420-430.*
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen, 8(3)*, 818-828.
- Rahman, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online. *Jurnal Admonistrasi Bisnis, 52(1)*, 1–7. Retrieved From Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id%0a
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Image: Jurnal Riset Manajemen, 10(1)*, 53-62.
- Rosiwan, G. A., & Lasmanah. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Penggunaan Sistem Kredit Online Pad Aplikasi Kredivo Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen, 2*, 69-76.
- S. Lestari, N. U. Handayani, M. & Mahacandra. (2021). The Influence Of Using ShopeePAY And Shopee Paylater Features On Shopee User Purchasing Decisions During The Covid-19
- Saputra, H. A., & Susanti, E. D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Intensitas Pengguna Pay Later Terhadap Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee Paylater Usia Produktif Kota Surabaya). *Journal Of Management And Business, 4*, 52-61.
- Schiffman Dan Kanuk, (2008). *Perilaku Konsumen*, Cetakan Keempat, Pt.Indeks, Jakarta.
- Shopee. (2020). [Spaylater - Limit & Aktivasi] Bagaimana Cara Mengaktifkan Spaylater
- Siregar, W. S. (2022). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).

- Siregar, W. S. (2022). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Sulkarnain, R., Dirwan, & Asbara, N. W. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi. *Jurnal Manajemen*, 3, 608–621.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV.Afabeta.
- Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet (Implikasinya Pada Strategi Pemasaran)*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Syukriyyah, S., & Karyaningsih, K. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang. *Transformasi Manageria: Journal Of Islamic Education Management*, 3(1), 263-287.
- Vanesa Ulva (2020), *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Ovo Pada Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*, (Jambi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam), 20
- Widjaja. (2010). *Komunikasi: Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wijayanti, M. W., Suddin, A., & Sutarno, S. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behaviour Intention To Use Bri Digital Banking Pada Agen Brilink Pt Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Magelang. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 13.
- Winaldi, A. A. (2021). Peran Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Gopay Paylater (Studi Kasus Di Wilayah Jabodetabek Tahun 2021). In Politeknik Negeri Jakarta. Politeknik Negeri Jakarta. Meida, F., Astuti, M., Nastiti, H. (2022). *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI